

中国華東地域主要7都市の 消費者ライフスタイル調査

2013年3月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

目次

本調査の目的・本調査の仕様	3
インターネットアンケート調査・フォーカスグループインタビュー調査	4
自宅訪問調査・街頭チェック	5

第一章「7都市基礎情報」

本調査の対象都市	7
公式統計で見る7都市	8
7都市のウェブサイト利用状況	9
7都市のテレビ視聴状況	10
7都市の雑誌購入状況	11
7都市のネットショッピング事情	12
ネットショッピングにける金額は？	14
ネットで購入するものとは？	15
7都市の商圈情報	
上海	17
南京	19
蘇州	21
無錫	23
杭州	25
寧波	27
合肥	29

第二章「衣」

毎月ファッションにいくら使っていますか？	32
【自宅訪問】お宅の服装事情、聞かせてください	33
服をどこで買っているのか？	34
ファッションに関する情報源は？	35
ファッション購入で気にするポイントは？	36
注目の国別スタイルは？	37
グループインタビューから、どこの国のファッションを参考にしていますか？	38
ジャパニーズファッションの勝算は？	39
ジャパニーズファッションを選ぶ人々	40
街頭ファッションチェック&持ち物チェック	
上海篇	41
南京篇	43
蘇州篇	45
無錫篇	47
杭州篇	49
寧波篇	51
合肥篇	53
個性的なファッションの登場—男性ファッションはこれから	55

第三章「食」

中国の「食」事情	57
7都市美食比較—「醤油と砂糖でまったり系の上海・江蘇省料理」	58
7都市美食比較—「あっさり系の浙江省」と「重めの安徽省」	59
食材はどこで買っていますか？	60
よく使うコンビニとそこで購入するものは？	61
華東エリアの「台所事情」	62
中国の外食事情	63
毎月の平均外食の回数は？（週末・夕食）	64
平均外食予算は？（週末・夕食）	65
人気の料理は？	66
各都市の地元有名レストラン	67
各都市の人気レストラン	68
レストラン選びのポイントは？	70
日本食はどのような消費者に受け入れられているのか？	71
どのファーストフードをよく利用しますか？	72
よく使うカフェ&茶館は？	73
ベーカリー・スイーツはどこのお店を利用しますか？	74



目次

第四章 「住」

総論: 中国の不動産事情	76
各エリア住宅物件平均価格	
上海	77
南京	78
蘇州	79
無錫	80
杭州	81
寧波	82
合肥	83
現在の居住空間について	84
現在住んでいるお部屋の広さは?	85
家賃・ローンの金額は?	86
物件選びのポイントは?	87
自宅訪問(標準家庭)	
上海	88
南京	90
杭州	92
合肥	94
自宅訪問(特徴的な家庭)	
上海	96
南京	98
杭州	100
合肥	102
今の住まいに満足していますか?	104
今、求められているサービスとは	105
自動車社会への転換—新たな社会問題・駐車場	106

第五章 「楽(レジャー)」

中国のレジャー事情	108
7都市の月平均レジャー消費額	109
週末の過ごし方は?	110
余暇、週末の過ごし方は?	111
ヘアサロン・美容室	112
旅行に行く頻度は?	113
海外旅行の経験は?	114
海外旅行の目的地は?	115
日本を旅した経験はありますか?	116
国内旅行で行ってみたい目的地	117
行ってみたい海外の旅行地は?	118

第六章 「学(教育)」

どう考える? 子供の教育	120
子供に習い事を始めさせたタイミングは?	121
子供に通わせた習い事は?	122
毎月子供の習い事にかかる費用は?	123
子供に塾や習い事、行かせてますか?	124
自分の習い事経験は?	127
何を習ったことがありますか?	128
自分の習い事に掛ける予算は?	129
今後習ってみたいのは?	130

第七章 「医療・介護」

自己流の健康法は?	133
健康・医療情報はどこから?	134
かかりつけ医師(病院)に対するイメージは?	135
介護への考え方は?	136
介護用品の購入場所は?	137

参考資料

インターネットアンケート内容	139
グループインタビューサンプル	140



■本調査の目的

日本企業にとって市場としての重要性が高まる中国。かつてのように安価な労働力に頼る生産拠点としての位置付けではなく、大きな消費欲を有した巨大市場として重要視され始めている。特に、中国経済を牽引する国際都市である上海、そして上海周辺の華東地域は経済発展も目覚しく、きわめて高い消費能力を有する消費者が育ってきている。

本調査では中国華東地域の主要7都市(上海、蘇州、南京、無錫、杭州、寧波、合肥)の消費者のライフスタイルを「衣」・「食」・「住」・「楽(レジャー)」・「学(教育)」・「医療・介護」の切り口で明らかにするとともに、よく行く商圈やショップなどの傾向を明らかにするため、ネットアンケートやグループインタビューなどを行った。小売りや流通、外食など日本のサービス関連企業の中国市場開拓に際し、基礎マーケティング情報として活用可能な内容の収集に努めた。

■本調査の仕様

- 1.文献調査…政府機関から発表されているオープンデータをはじめ、多様な情報を収集して、華東7都市におけるライフスタイルを探った。
- 2.インターネットアンケート調査…華東地区7都市の消費者に対して、「衣」、「食」、「住」、「楽(レジャー)」、「学(教育)」に関する意識を定量的に調査、把握した。
- 3.フォーカス・グループ・インタビュー(FGI)…「衣」、「食」、「住」、「楽(レジャー)」、「学(教育)」および「医療・介護」に対する消費者の意識を掘り起こした。
- 4.自宅訪問…実際に対象都市で生活をしている家庭を訪問し、「衣」、「食」、「住」、「楽(レジャー)」、「学(教育)」および「医療・介護」に関する消費習慣をインタビューした。
- 5.街頭チェック…調査対象都市の繁華街で消費者のファッション嗜好をチェックした。

■インターネットアンケート調査

- ・対象都市：上海、南京、蘇州、無錫、杭州、寧波、合肥
- ・サンプル数：合計1400
 - ・各都市200サンプルを採取
 - ・男女比率均等
 - ・「20代・30代」と「40代・50代」の比率均等
- ・調査時期：2013年1月～2月

■フォーカスグループインタビュー調査

- ・対象都市：上海、南京、蘇州、無錫、杭州、寧波、合肥
- ・サンプル数：合計84
 - ・各都市で消費力の高いモニターから下記の属性を有するモニターを抽出し、回答を収集した。
 - 各都市2グループ
 - 1グループは20代・30代、もう1グループは40代・50代で構成
 - 各グループ人数は6人、男女ほぼ均等

■ 自宅訪問調査

- ・対象都市：上海、南京、杭州、合肥
- ・サンプル数：合計8世帯
 - ・各都市2世帯を訪問
 - ・1世帯は「30代夫婦＋子供 持ち家」を標準的家庭とした
 - ・もう1世帯は特徴的な家庭を取り上げた
 - 上海：20代・1人暮らし・女性
 - 南京：30代の夫婦のみの家庭
 - 杭州：三世代同居（30代夫婦とその両親、5歳の子供）家庭
 - 合肥：50代、退職後の老夫婦家庭
- ・調査時期：2013年1月

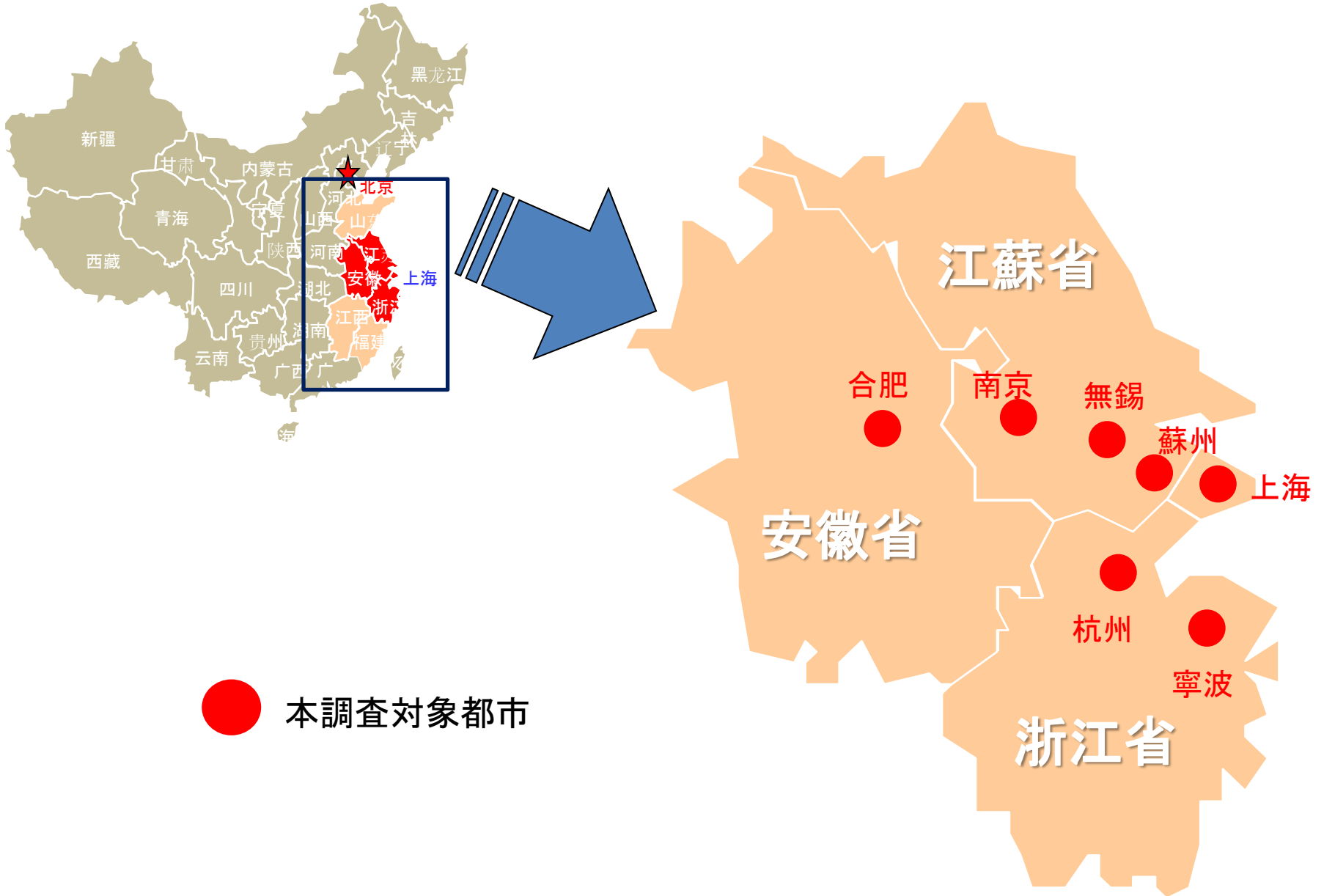
■ 街頭チェック

- ・対象都市：上海、南京、蘇州、無錫、杭州、寧波、合肥
- ・サンプル数：不定
 - ・各都市の繁華街を訪れている消費者を無作為に抽出し、ファッションチェックのために写真撮影などを行った。
- ・調査時期：2013年1月

第一章

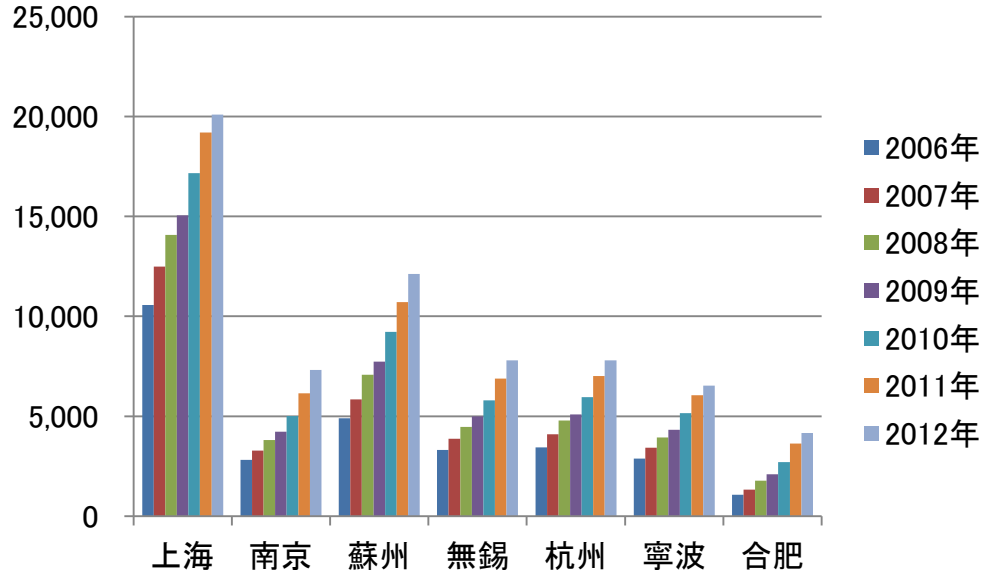
7都市の基礎情報

本調査の対象都市



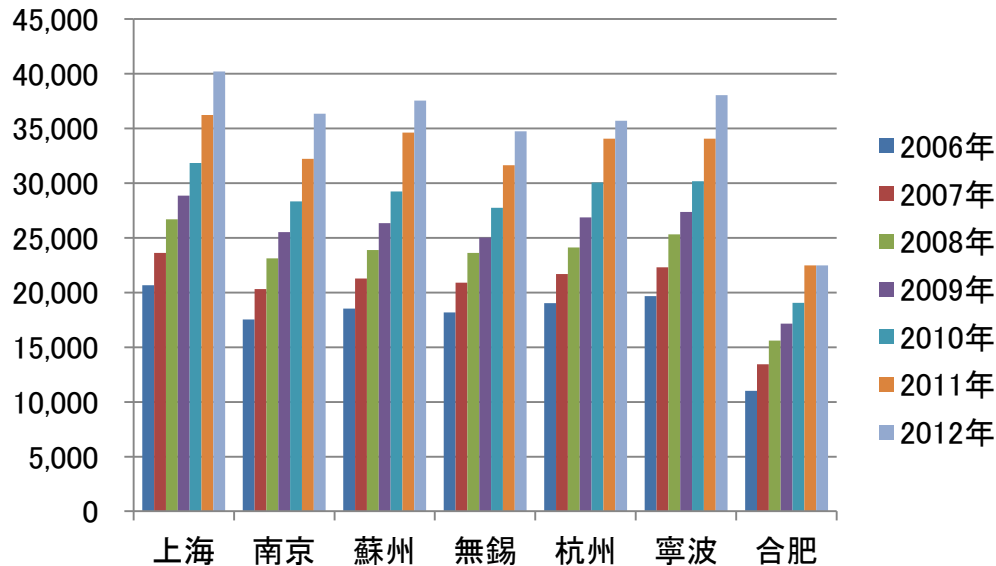
公式統計で見る7都市

1-1 都市部GDPの変遷(単位:億元)



出所:各都市の統計年鑑をもとに作成

1-2 都市部一人当たりの平均可処分所得(単位:元)



出所:各都市の統計年鑑をもとに作成

1-1は今回の調査対象である7都市のGDPを比較したもの。

一目瞭然だが、国際的都市である上海が、他都市をリードしている。世界的金融危機の影響で、経済成長が鈍化しつつあるといわれているものの、成長はストップしていない。

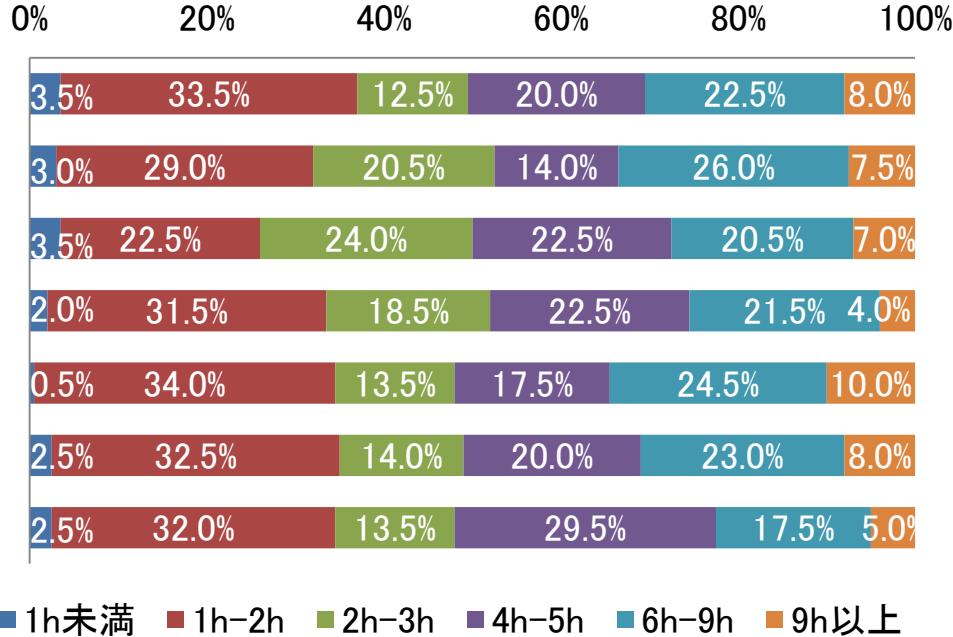
その他6都市においては、蘇州が頭一つ抜きんでている状況。同市は世界的にも有名な歴史的観光都市であるとともに、半導体や電子製品などの精密工業を中心とした製造業が進出し、同市の工業園區には外資製造業をターゲットとした多くのサービス業も進出している。

1-2は、1人当たりの年間可処分所得の推移だ。合肥市を除いた6都市の差は小さくなってきている。

上海市の消費者の所得そのものは伸びているが、不動産価格が高騰し非常に高額な水準のため、個人の可処分所得は、他都市とあまり変わらない。これに対し、他の5都市では所得の向上に加え、不動産価格や物価が上海に比べ、低い水準であるため、可処分所得が比較的多い。消費地として上海のみに注目してしまいがちだが、他の都市の消費者の購買力も高まっている。

7都市のウェブサイト利用状況

1-3-1【アンケート】ウェブサイトの日平均閲覧時間



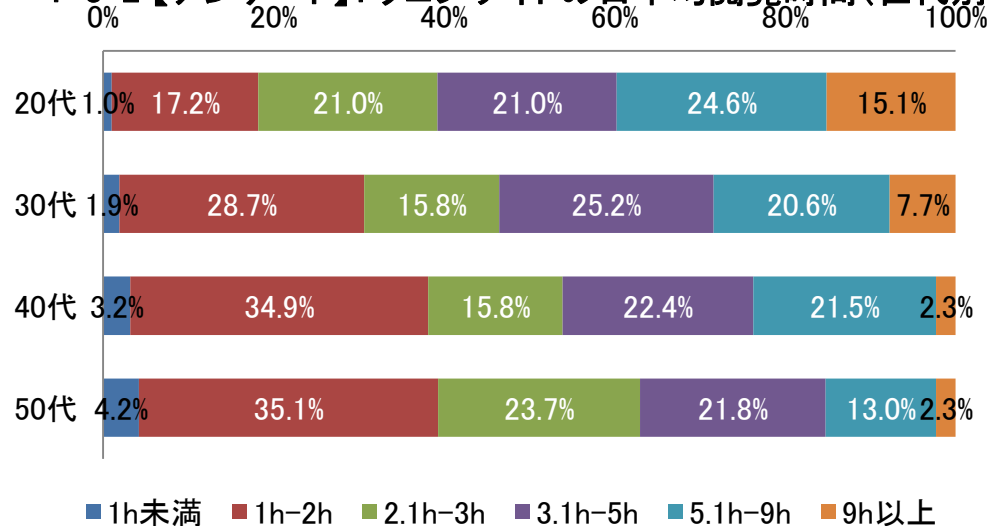
1-3-1は1日のネット閲覧平均時間である。中国はネットユーザー世界一を誇り、きわめてネット依存率が高いことが分かる。各都市ともに「2時間」から「3時間」の割合が多く、なかには1日10時間を超える時間、ネット閲覧を行っているとの回答があった。

特に中国ではソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)が急速に普及しており、中国版ツイッターとも言われている「微博(ウェイボー)」、またコミュニケーションソフトQQを生んだ騰訊による「微信(ウェイシン・LINEに似た機能を持つ)」など、短時間で多くの国内版SNSが普及している。また世代別に見ると、20代では「1日9時間以上」という比率も15.1%と非常に高い。

1-3-3 中国で利用者数の多いウェブサイト

セグメント	ウェブサイト名
ポータルサイト	搜狐・騰訊・新浪など
検索サイト	百度・搜狗・グーグルなど
ショッピング	淘宝・京東商城・当当網など
微博	新浪・QQ・搜狐・網易
動画サイト	優酷・土豆網・樂視など
旅行サイト	携程・驢媽媽・途牛など

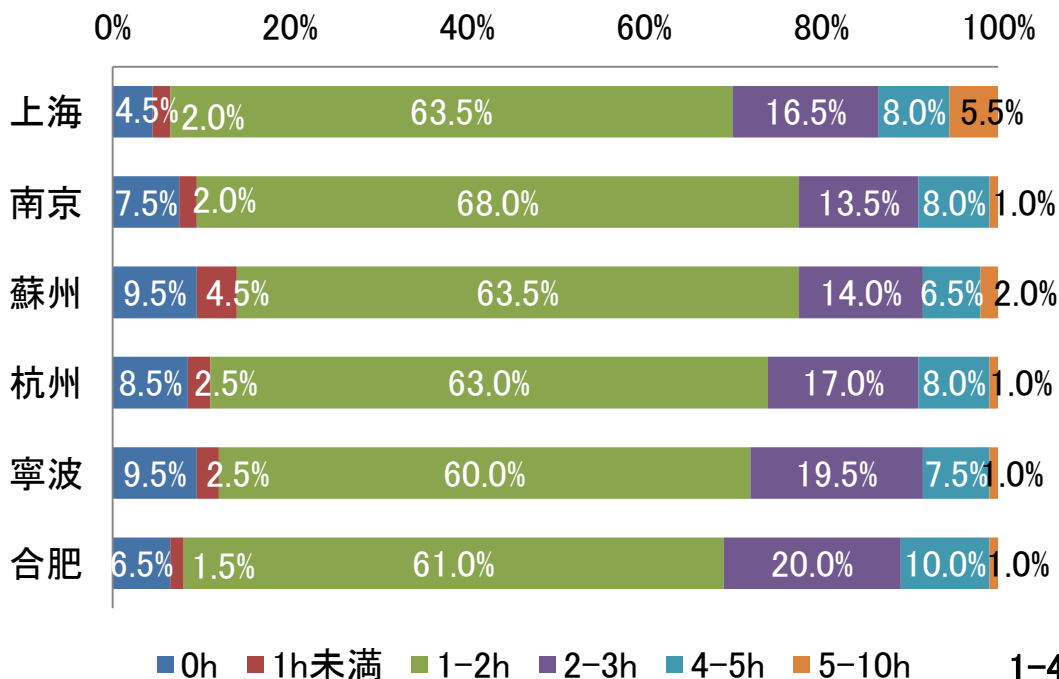
1-3-2【アンケート】1ウェブサイトの日平均閲覧時間(世代別)



※登録ユーザー数などからピックアップし作成

7都市のテレビ視聴状況

1-4-1【アンケート】1日の平均テレビ視聴時間



日本ではインターネットにおされ気味になっているテレビ。しかし、中国においてはテレビを視聴するという生活習慣はなくなってはいない。

こうしたテレビを視聴する世代は40代、50代の年配層が主流で、20代になると「0時間」～「1h未満」の回答者数が増えている。また寧波や合肥といった地方都市に行くほど、テレビの視聴時間は大きい数値となっている。

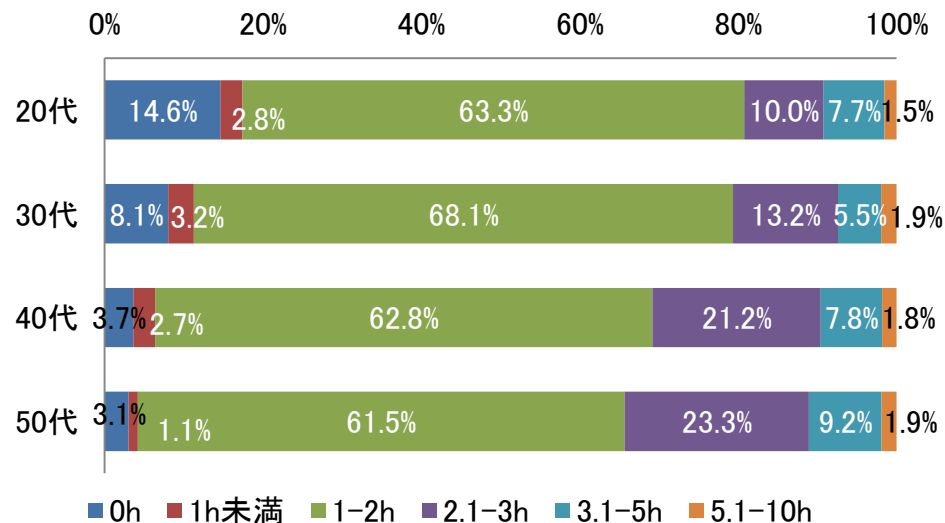
テレビドラマでは、清代後宮での女の戦いを描いた「甄嬛伝」が女性の間で人気。バラエティでは定番の人気長寿番組が相変わらずの高視聴率。また、ドキュメンタリー番組では、中国各地の食文化を紹介する『舌尖上的中国』が高い評価を受けた。

1-4-3 2012年の人気テレビ番組

セグメント	タイトル
テレビドラマ	甄嬛伝・北京愛情故事など
バラエティ	非誠勿擾・快樂大本營など
ドキュメンタリー	舌尖上的中国

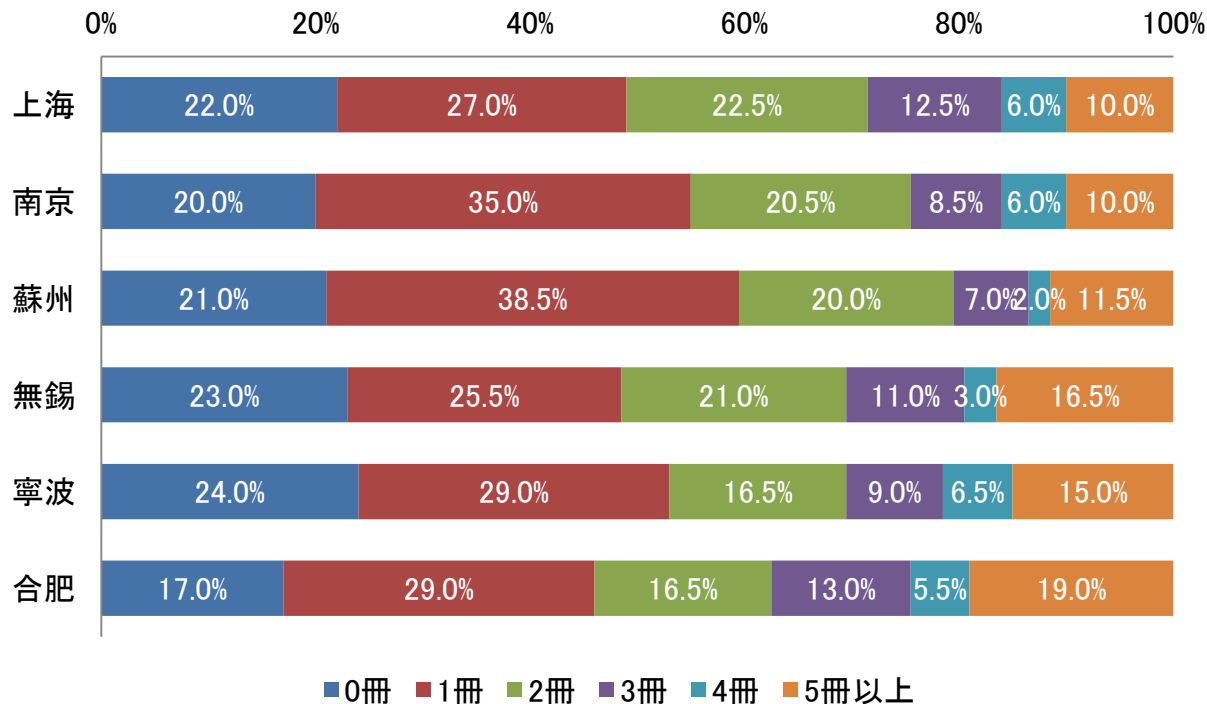
(※)各テレビ局発表の平均視聴率上位から選択

1-4-2【アンケート】1日の平均テレビ視聴時間(世代別)



7都市の雑誌購入事情

1-5-1 【アンケート】毎月の雑誌購入冊数



テレビと同様に各国で「出版離れ・出版不況」と言われており、中国でも雑誌購入が落ち込んでいるといわれている。しかし、アンケート結果を見ると、平均でも毎月2冊以上の雑誌を購入しており、紙媒体はまだ一定の需要があるといえる。

上海以外の地方都市では月に9冊という回答もあり、紙媒体から情報を得る習慣がまだ残っているように思われる。

雑誌も多様化し、ジャンルごとに個性的な雑誌が販売されていることもその理由と考えられる。

路上のキオスクでは雑誌や新聞などが販売されており、市民の情報収集チャンネルとして機能している。



1-5-2 中国の人気雑誌の一例 ※発行部数・販売量などからピックアップ

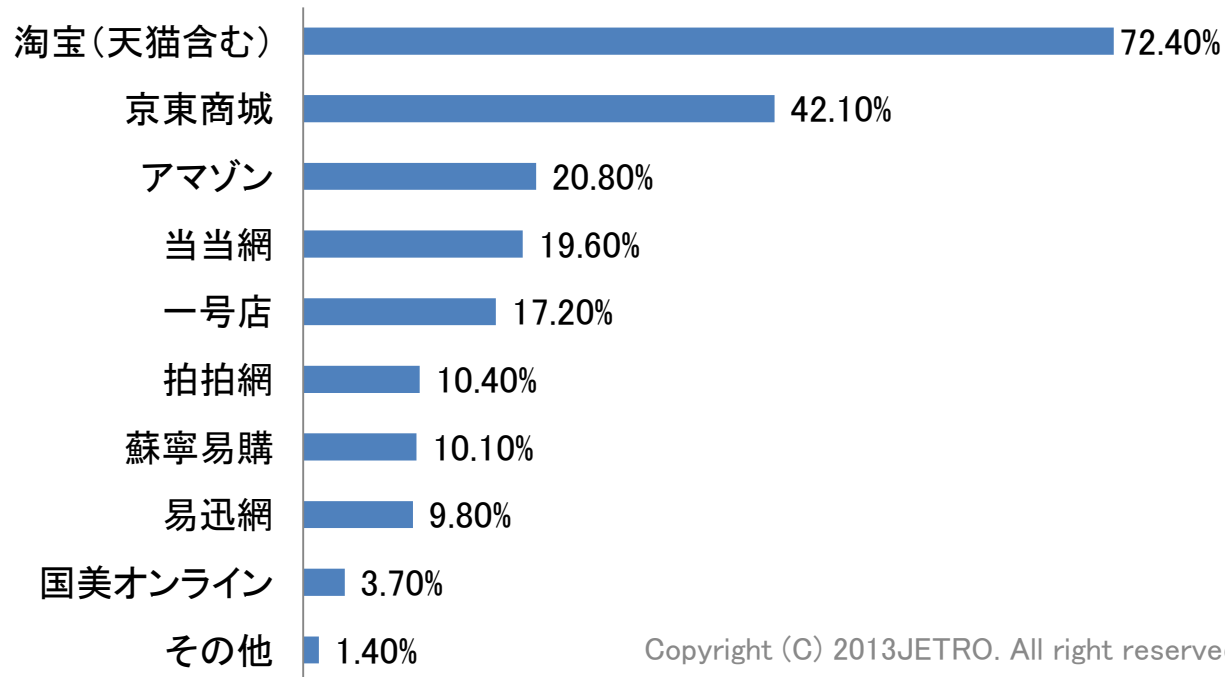
セグメント	雑誌名
ファッション	Ray・ViVi・BAZAAR・ELLE・VOGUE・時尚など
旅行	私家地理・時尚旅行・旅行者など
経済	第一財經・財經・中国企業家・理財週刊など
時事	看天下・新周刊・南方人物周刊・南都周刊
男性誌	男人装・時尚先生・智族GQ・ELLE MENなど

7都市のネットショッピング事情-1

中国では消費者のネット利用が増え、インターネットショッピング・ECも急成長している。インターネット・ショッピング・サイトの代表格は「淘宝网(タオバオ)」。同サイトは、商店や企業だけでなく、個人でも開店することができる「C to C」のプラットフォームとして人気を集めている。アリペイ(支付宝)という同社の決済サービスも圧倒的なシェアを集めたポイントだ。しかし、同サイトには、ブランドのコピー商品や企業の生産現場から横流しされたと思われる商品など一般には出回らない商品が公然と売られており、問題視されることがあった。現在はC to Cでの取引を中心とした「淘宝」と正規商品の販売を行うBtoCサイト「天猫(Tmall)」に分けられている。

近年は「書籍」や「旅行」、「お酒」、「マタニティ・ベビー用品」など、特定商品に特化した専門のECサイトも登場しているが、人気は総合サイトに集中している。本来は書籍専門サイトとしてスタートした当当網も、現在は総合ECサイトとして展開している。

1-6【アンケート】よく使うECサイトは?(複数回答可)



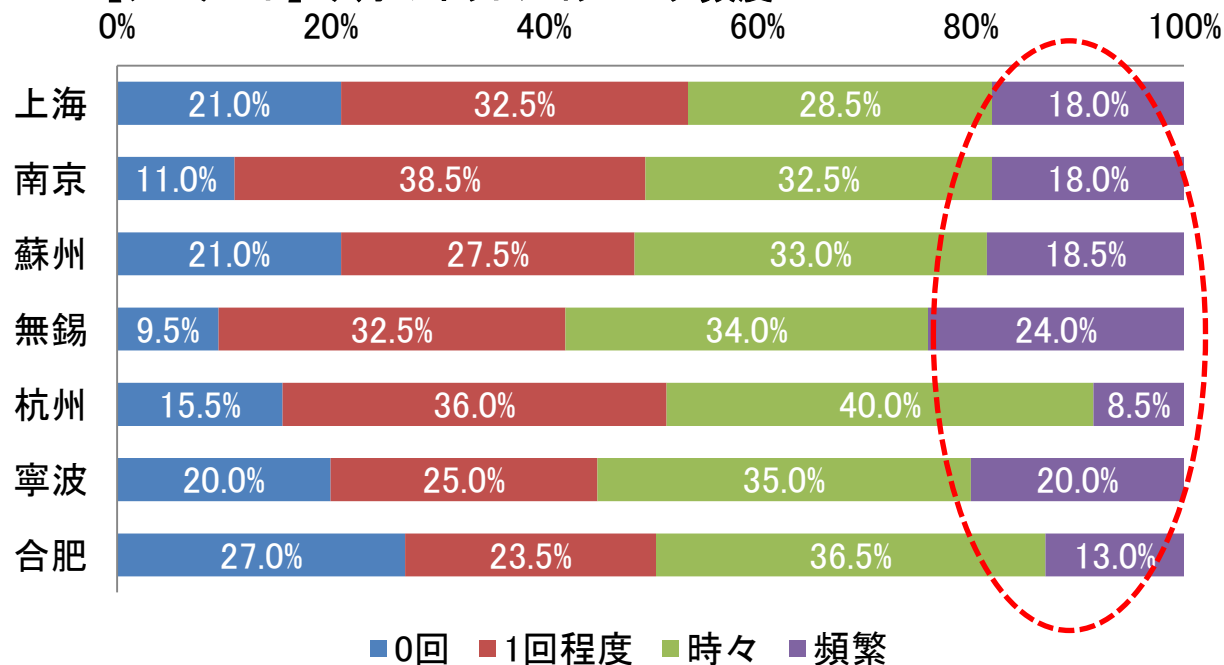
「よく使うECサイト」としては、中国ECサイトの先駆けである淘宝と京東商城が、どの都市においても圧倒的多数の回答を集めた。この二社と4位の当当網はいずれも国内系で、市場の6割以上を占めている。

また近年、上海などでは人気を伸ばしているのがネットスーパー「一号店」。積極的な広告などにより、徐々にそのシェアを高めている。

世界大手であるアマゾンも中国市場で健闘はしているものの、シェアは大手2社に比べると、まだ大きな差がある。

7都市のネットショッピング事情-2

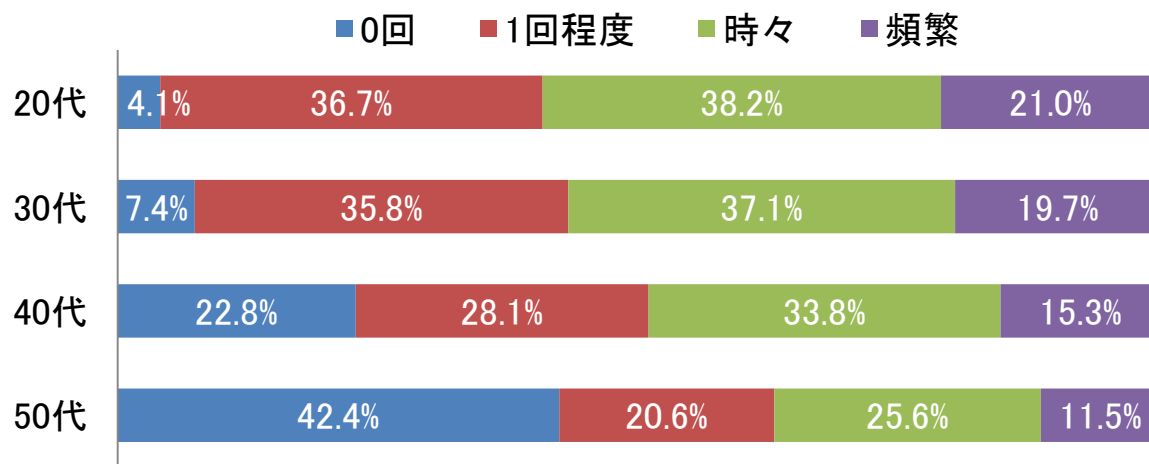
1-7-1【アンケート】1ヶ月のネットショッピング頻度



1ヶ月単位で見ると、さほど定期的にはネットショッピングをしないと回答した消費者もまだ多いが、大半は1ヶ月に1回はネットショッピングを楽しんでいる様子である。

また無錫・寧波では「頻繁に利用する」という回答者が20%以上となった。

1-7-2【アンケート】1ヶ月のネットショッピング頻度(世代別)



ネットショッピングの頻度を世代別に見ると、やはり20代、30代のネットショッピング頻度が高い。

逆に50代では「毎月ネットショッピングをするわけではない=0回」という回答が40%を超え、ネットショッピングは年配層にまでは浸透していないように見える。

ネットショッピングにかける金額は？

1-7【アンケート】1ヶ月の平均ネットショッピング消費

月間平均消費額(元)	上海	南京	蘇州	無錫	杭州	寧波	合肥
≤500	13.0%	22.5%	23.5%	28.0%	29.5%	25.5%	16.5%
501-1,000	26.0%	35.5%	29.0%	36.0%	31.5%	20.0%	29.0%
1,001-1,500	16.5%	16.0%	13.5%	11.0%	10.5%	14.5%	12.0%
1,501-2,000	12.5%	7.5%	6.5%	5.5%	8.5%	9.5%	5.5%
2,001-2,500	7.5%	5.0%	4.5%	6.5%	2.5%	6.0%	6.0%
2,501-3,000	4.0%	0.5%	0.5%	3.0%	1.0%	1.0%	2.0%
>3,000	0.0%	2.0%	1.5%	0.5%	1.0%	3.5%	2.0%
決まっていない	20.5%	11.0%	21.0%	9.5%	15.5%	20.0%	27.0%

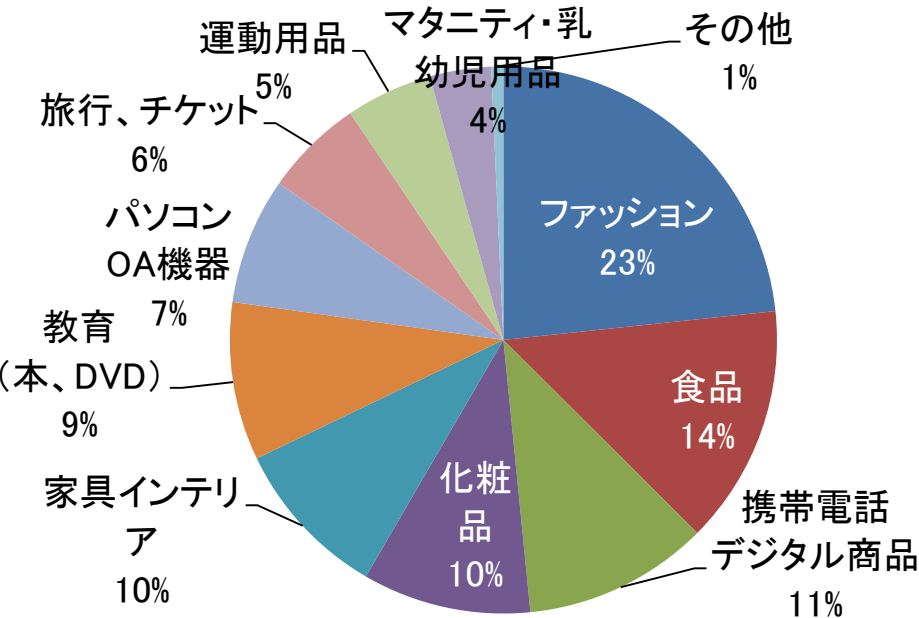
毎月平均でどの程度の金額をネットショッピングに費やしているのか、インターネットアンケートの回答を見ると、「501元～1000元」が最多。上海では「1,001元～2,000元」という回答も多く、ネット上での購買力の高さを示している。もともと中国のECサイトは、「安い商品」を見つけるために利用する消費者が多く、最大手の淘宝においても正規品を売る天猫よりも、C to Cの淘宝の方が、利用頻度が高いといわれている。

一方、上海の消費者には、ネット上で「高くてもいい物を買う」という層が生まれつつあり、ネットで街中の商店では売られていないようなレアな輸入品などを購入するケースもある。このため、消費額が高くなっている可能性もある。

他都市にもこうした消費スタイルがどのように広がるかが、今後注目される。

ネットで購入するものとは？

1-8-1【アンケート】ネット上よく購入する商品(複数回答可)



左の図は、「普段よく購入する商品」についての回答。「ファッション」関連が最多で、「食品」、「デジタル商品」と続く。この比率に関しては、7都市すべてのサンプルに共通しており、都市間で大きな差はない。

また、専門サイトもある「マタニティ・乳幼児用品」だが、購入率は意外と低い。20-50代全体に聞いており、個別にニーズがない層(子供がいないなど)が含まれていることも理由として考えられるが、妊婦や新生児が使用するアイテムに対しては、品質に敏感で、「直接手にとってその安全性を確認できない」ネットでの購入には抵抗がある消費者もいるようだ。

1-8-2【アンケート】ネット上で最もよく購入する商品

	上海	南京	蘇州	無錫	杭州	寧波	合肥
ファッション	31.0%	46.5%	45.5%	52.5%	45.0%	49.0%	35.5%
食品	19.5%	13.0%	6.5%	6.0%	11.0%	12.0%	5.0%
家具インテリア	6.5%	4.0%	5.0%	5.5%	5.0%	3.0%	1.5%
携帯電話デジタル品	5.5%	5.5%	3.5%	8.0%	5.5%	2.5%	6.5%
パソコン事務用品	4.0%	2.5%	4.5%	4.5%	3.0%	2.0%	2.5%
マタニティ・乳幼児用品	4.0%	1.0%	2.0%	2.0%	0.5%	2.0%	1.0%
教育(本、DVD)	3.0%	6.0%	3.5%	3.5%	6.5%	4.0%	3.5%
化粧品	2.5%	7.0%	3.5%	3.0%	3.0%	3.0%	14.5%
運動用品	1.5%	1.5%	2.0%	0.5%	0.0%	1.5%	1.0%
旅行、チケット	1.0%	1.5%	1.5%	4.0%	2.5%	0.0%	1.5%
明確な商品はない	21.5%	11.5%	22.5%	10.5%	18.0%	21.0%	27.5%

「ネット上で最もよく購入する商品」については、回答内容から各都市の個性がうかがえる。全都市で「ファッション」が最も高い比率であることには変わらないが、上海では比率が他都市に比べ若干低く、食品の比率が高い。

また、合肥の回答は特徴的である。「ファッション」は他都市同様に高い比率を占めているが、それ以外では「化粧品」の比率が極めて高い。実店舗で販売されている商品ラインナップや価格に不満があり、ネット上に流れているものと思われる。

7都市の商圈情報

上海 (SHANGHAI)

人口(2011年)	2347.46万人
面積	6340.5km ²
GDP	19,195.69億元

1人当たりのGDP	82,580元
1人当たりの可処分所得	36,230元

【出所】上海市統計年鑑

中国随一の国際都市で、中国の商業、金融、貿易、ファッションなど各分野を牽引するといわれる上海。海外からの注目度も高く、消費能力も国内で群を抜いている。上海市民のほか、国内外からの観光客を多く、こうした消費者をターゲットにした国内外の高級ブランドショップが立ち並ぶ。市内には非常に多くの商圈が形成され、百貨店やショッピングモールなどが充実している。



市内人気商圈の一つ「徐家匯」

【アンケート】上海市の 人気百貨店ランキング

順位	百貨店	票数	所属商圈
1	置地広場	58	南京東路商圈
2	巴黎春天	44	五角場商圈
3	華聯商厦	44	南京東路商圈
4	百聯又一城購物中心	43	五角場商圈
5	太平洋百貨	39	徐家匯商圈
6	万達広場	38	五角場商圈
7	東方商厦	36	五角場商圈
8	太平洋百貨	34	淮海路商圈
9	久光百貨	34	静安寺商圈
10	正大広場	33	陸家嘴商圈

上海市商圈分布イメージ図(左数字はマップ上の番号)

	商圈名
1	陸家嘴商圈
2	張楊路商圈
3	五角場商圈
4	淮海路商圈
5	外灘商圈
6	南京東路商圈
7	静安寺商圈
8	徐家匯商圈
9	日月光・田子坊商圈
10	中山公園商圈
11	虹橋商圈
12	古北商圈
13	人民公園商圈
14	南京西路商圈



Baidu地図を元にJETRO上海にて作成

虹橋商圈

各国の領事館や高級オフィスが多く日系など外資系企業が多いエリア。ユニーも2013年にオープンを予定。
 ・家が近いのでよく行く。外国人向けの商品は品質も安心【30代・女性】

日月光・田子坊商圈

古い建築をリノベーションした田子坊と商業施設日月光広場を中心とした商圈。・(日月光は)商品がそろい始めてきた。レストランやカラオケ、スーパーもあって便利なので、今後の中心的な商業施設になるのではないか。【30代・女性】

古北商圈

中国人富裕層や日本人が多く住むエリア。2012年には高島屋が進出。

【アンケート】上海市の人気商圈
 (青い太字はグループインタビューでのコメント)

南京東路商圈

南京東路は歩行者天国のストリート。上海を代表する商圈で老舗も多い。観光客でにぎわっている。
 ・置地広場は値段も手ごろで、商品も良い。【40代・女性】

五角場商圈

上海の「4つの副都心」の一つ。名門大学のキャンパスがあるため、若者に人気。
 ・百聯又一城の9階にはジムや映画館などの施設が充実している。【40代・男性】

淮海路商圈

南京東路とらぶ、上海を代表する商圈。高級ブティックから、ミドルエンドまで幅広い商品が手に入る。高級ショッピングエリア「新天地」も近い。
 ・どの商業施設も品揃えが豊富。商品の入れ替わりも早いのがいい。【30代・女性】

徐家匯商圈

上海を代表する商圈の一つで、地下鉄「徐家匯駅」を中心に、デパートや電器店などが集まる。
 ・匯金百貨、東方商厦によく行く。品質が良く、安心でき、店も広いので快適。【40代・男性】

人民公園商圈

上海の交通の要所で政府機関が集まる人民公園を中心とした商圈。新世界商厦や第一百貨店、ラッフルズシティなどがある。

外灘商圈

外灘(バンド)の歴史的建造物を利用した商業施設が並ぶ商圈。高級5つ星ホテルなども多く、観光客も多い。

陸家嘴商圈

高層ビルの立ち並ぶ金融オフィス街にあり、国金中心、正大広場などの商業施設を有す商圈。
 ・国金中心のような高級感のある場所での買い物がいい。【40代・女性】

張揚路商圈

ヤオハンが進出している商圈。新梅聯華、華潤時代広場などの商業施設が展開。

中山公園商圈

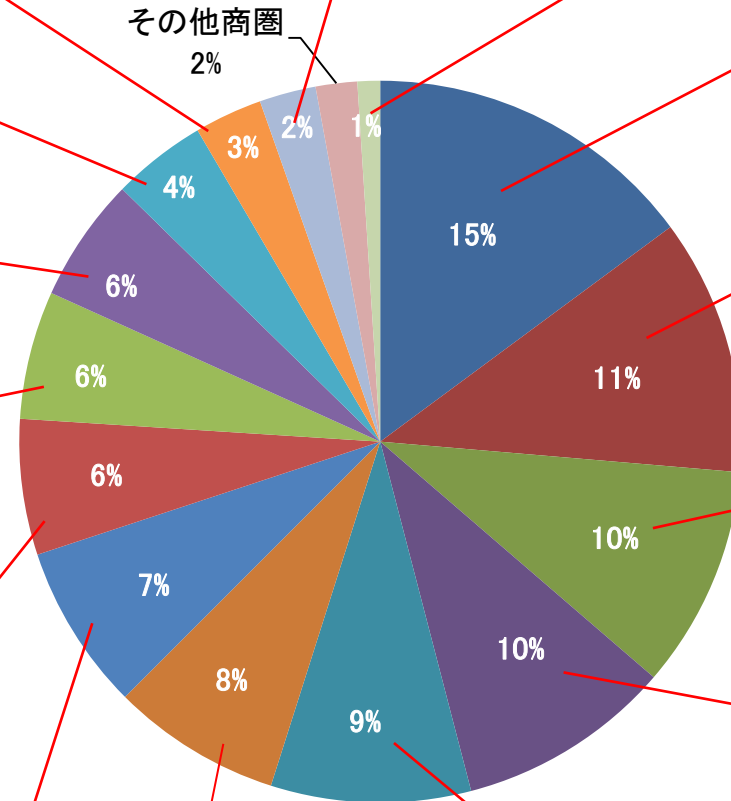
地下鉄2、3、4号線が乗り入れる中山公園駅を中心とした商圈で、商業施設・龍之夢が中心となっている。

南京西路商圈

日系の伊勢丹のほか、恒隆広場、中信泰富などの商業施設やブランド店が集中するハイエンドな商圈。
 ・ブランド、環境、駐車場など、すべてに満足。40代・女性】
 ・梅龍鎮広場(伊勢丹)の品揃えに満足。【30代・男性】

静安寺商圈

古刹・静安寺を中心とした商圈で、久光百貨店などの高級商業施設が展開。
 ・久光など、高級感のある環境でのショッピングが好き。【50代・女性】



南京(NANJING)

人口(2011年)	810.91万人
面積	6597km ²
GDP	6,140億元

1人当たりのGDP	75,717元
1人当たりの可処分所得	32,200元

【出所】南京市統計年鑑

江蘇省の省会(省都・省政府所在地)。華東地区最大級の人口を誇り、周辺地区からの買い物客や観光客も多い。国の科学技術研究重点都市の一つであり、大学や高等教育機関も多く、教育水準も高い。

南京市商圈分布イメージ図

	商圈名
1	新街口商圈
2	鼓楼商圈
3	夫子廟商圈
4	河西万達商圈
5	奥体商圈
6	江寧商圈
7	下関商圈
8	中央門商圈
9	江北商圈



徐々に人気が高まる「水遊城」(アクアシティ)

【アンケート】 南京市の人気百貨店ランキング

順位	百貨店	票数	所属商圈
1	南京新百	84	新街口商圈
2	中央商場	72	新街口商圈
3	茂業百貨	66	夫子廟商圈
4	大洋百貨	42	新街口商圈
5	金盛百貨	42	中央門商圈
6	太平洋百貨	40	鼓楼商圈
7	金鷹国際	38	新街口商圈
8	悦達国際購物中心	32	下関商圈
9	南京八佰伴	31	鼓楼商圈
10	万達広場	30	万達商圈

【アンケート】南京市の人気商圈 (青い太字はグループインタビューでのコメント)

江北商圈

南京駅のすぐ近くで、大型販売店や卸売り市場を中心とした商圈。

奥体商圈

スーパーや社区型(コミュニティ型)マーケットを中心とした商圈。現在は大型再開発プロジェクトが進行中。

河西万達商圈

河西万達広場を中心とした商圈。家具・建材市場が多く集まるエリアとしても知られている。

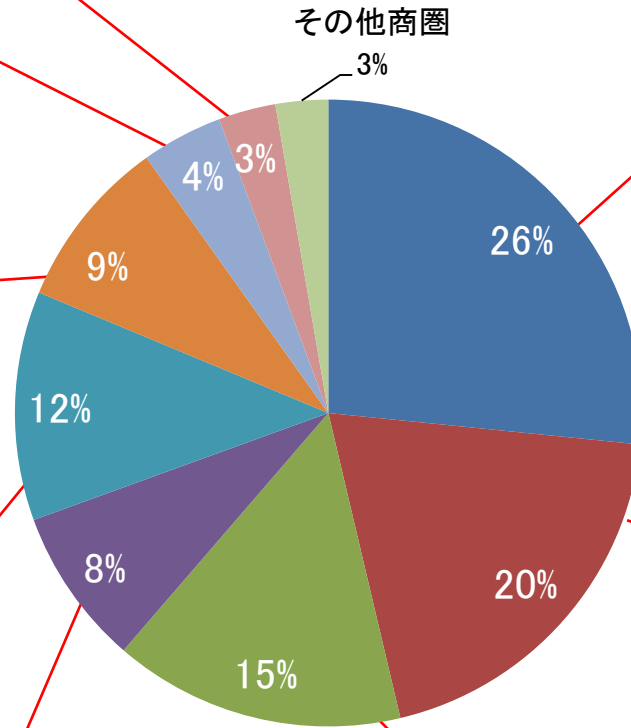
・万達広場には「孩子王」という子供用品のモールがあり、よく子供を連れて行く。買物も万達広場ですませる。家からは離れているので、マイカーで行く。【30代女性】

中央門商圈

大型販売店や卸売市場中心の伝統的な商圈。バスターミナルや鉄道駅などもある。

下関商圈

南京市内で最も早く開発された商圈。近年は大型商業施設の進出も相次ぎ、今後の発展が期待されている。



新街口商圈

南京市の中心的商圈。歩行者天国のほか、各施設が地下で繋がっており、連日多くの人でにぎわう。

・南京人が買物したい時はまずここ(新街口)に行く。そういう習慣が出来上がっている。【30代男性】

夫子廟商圈

夫子廟を中心とした商圈。もともとはローエンド商圈だったが、現在は徐々にそのレベルを高めている。

鼓樓商圈

湖南路を中心とした南京市第2の商圈。世界を代表する大手企業がオフィスを構えるエリアでもある。

・八百伴(ヤオハン)は交通が便利。同じブランドでも他店よりも価格が安め。新街口で気に入った商品を八百伴に行き購入することもある。ただブランド数がやや少なく、人気も低いので、価格で選んでいる。【50代男性】

蘇州 (SUZHOU)

人口(2011年)	410.4万人
面積	336.36km ²
GDP	4,016.64億元

1人当たりのGDP	99,331円
1人当たりの可処分所得	34,617円

【出所】蘇州市統計年鑑



日本のイズミヤも進出

世界遺産にも登録され、歴史情緒豊かな都市として、国内はもちろん海外からも多くの観光客を集めている。大きく分け、市中心部、新区、工業園区の3エリアからなり、電子部品や精密機械などの製造業の進出も多い。日系企業も多数進出。近年は、外資系サービス業の進出も急速に増えている。

蘇州市行政区イメージ図

順位	行政区名
1	金閶区
2	工業園
3	高新区
4	相城区
5	平江区
6	呉中区
7	滄浪区



百度地図を元に作成

【アンケート】蘇州市の人気百貨店ランキング

順位	百貨店	票数	所属行政区
1	石路国際商城	36	金閶区
2	新蘇天地購物中心	32	金閶区
3	蘇州市人民商場	32	平江区
4	人民商場	30	平江区
5	綠宝広場	29	高新区
6	金鷹国際購物中心	28	平江区
7	印象城購物中心(現代大道店)	27	工業園区
8	久光百貨	25	工業園区
9	金門国際商業広場	23	金閶区
10	新蘇州百貨	23	平江区

【アンケート】蘇州市の人気エリア (青い太字はグループインタビューでのコメント)

相城区

市の北側に位置する行政区。
カルフル中翔店などのスーパーがある。

滄浪区

カルフルを中心に、人民路の南側に位置するエリア。

吳中区

以前は人口の最も多い行政区だった。2013年に新たな商業施設も開業。

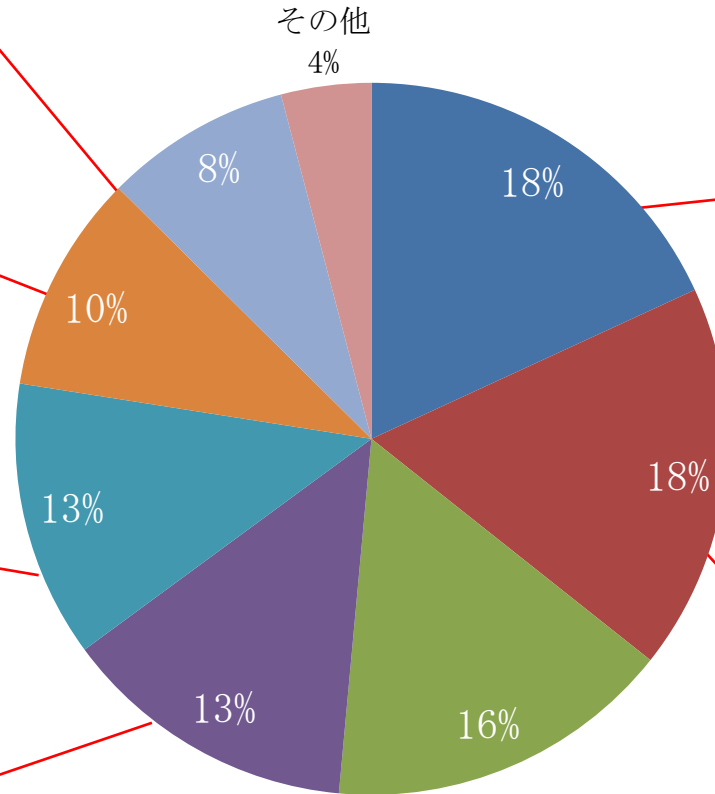
高新区

日系企業が多く進出するエリア。2011年にはイズミヤがオープン。

金閶区

新蘇天地を中心に、中間層をターゲットに展開するエリア。

- ・金閶区の新天地、奥特莱斯、金夢国際商業広場には毎週3、4回は行く。【40代女性】
- ・石路国際商城は老舗で古いブランドが多い。【30代男性】



平江区

蘇州を代表する商業地区「観前街」のあるエリア。観光客も多い。

- ・人民商城、金鷹には友達と一緒に街をぶらつく。【30代男性】
- ・老舗の店舗の方が信頼できるから人民商場に行く。【50代男性】

工業園

金鷄湖を中心としたエリアで高級マンションが立ち並ぶ。久光百貨店などが進出。今後は外資系流通各社の進出も予定されている。

- ・久光はウインドウショッピングや食事に便利。特に食べ物が多い。ブランドや品揃えが充実しているが、価格はやや高め。【20代女性】

無錫(WUXI)

人口(2011年)	637.26万人
面積	4627.47km ²
GDP	6,880.15億元

1人当たりのGDP	107,437元
1人当たりの可処分所得	31,638元

【出所】蘇州市統計年鑑

蘇州市に隣接する無錫市は、電器や精密機器など日系製造業の進出も多く、経済開発が進んでいる。また、太湖の畔は、近年リゾート開発が進み、ヒルトンホテルなどの高級ホテルも進出。市政府も同エリアに移転し、周辺の開発が今後加速すると思われる。

無錫市商圈分布イメージ図

	商圈名
1	崇安寺商圈
2	勝利門商圈
3	火車站商圈
4	南門商圈
5	太湖広場商圈
6	新区商圈
7	北塘区商圈
8	河埭口商圈
9	錫山区商圈



百度地図を元に作成



新しい商業施設が立ち並び
地下鉄も建設中

【アンケート】無錫市の人気百貨店ランキング

順位	百貨店	票数	所属商圈
1	無錫商業大廈	57	崇安寺商圈
2	八百伴	54	崇安寺商圈
3	百盛	52	崇安寺商圈
4	大洋百貨	50	崇安寺商圈
5	茂業百貨	45	太湖広場 商圈
6	南禅寺紫荆広場	36	南長区(南門) 商圈
7	遠東百貨	34	勝利門商圈
8	万達広場	33	河埭口商圈
9	南長街休閒街	29	南長区(南門) 商圈
10	宝龍商業広場	28	新区商圈

【アンケート】無錫市の人気商圈 (青い太字はグループインタビューでのコメント)

北塘区(北大街)商圈

市の中心北西部に位置する商圈で、飲食街として北大街は有名。

- ・金太湖国際と欧風街は家に近く、夕食後の散歩ついでに立ち寄る。【40代女性】

火車站商圈

ミドル・ローエンドを主体とした商圈。ファッション関連の卸売り店も多い。

河埭口商圈

住宅エリアにある商圈で、万達が人気。今後の更なる発展が期待されているエリア。

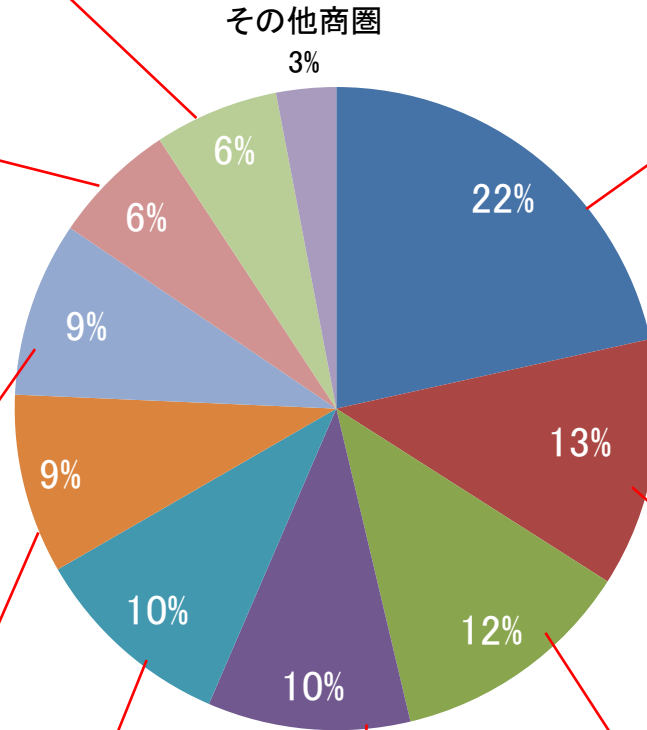
- ・万達広場はどんな商品も揃っている。食べる場所も充実しており、スーパーもある。服の種類が多くて、ショッピングには便利。【20代女性】

錫山区商圈

市北東部のハイテク産業パーク内の商圈。高速鉄道の駅もあり大型ショッピング施設も。

新区商圈

無錫市のハイテク産業パーク内の商圈。日系製造業の進出も多い。



崇安寺商圈

無錫市で最も成熟した商圈。老舗の百貨店など商業施設も集中している。

- ・八佰伴(ヤオハン)の会員カードがあり、よく買物している。商業大廈の服のスタイルは時代遅れ、内装もファッション性があまり感じられない。【20代男性】
- ・商業大廈と八佰伴。どちらも服は高級感があり、品質やデザインも良い。商業大廈の価格は高め。八佰伴は頻繁にセールもしている。【50代男性】

南長区(南門)商圈

南禅寺の歩行者天国を中心とした商圈。ミドル・ローエンドの消費者が主要なターゲット。

- ・バーストリートは娘が気に入っており一緒に行く。商業施設が揃っていてショッピングにも便利。【50代男性】

太湖広場商圈

太湖大道と清揚路の交差するエリアに位置。次世代のビジネスエリアとして注目されている。

勝利門商圈

伝統的な商圈だが、近年新たな百貨店進出も多いエリア。

杭州 (HANGZHOU)

人口(2011年)	870万人
面積	16,596km ²
GDP	7,011.8億元

1人当たりのGDP	78,156元
1人当たりの可処分所得	34,065元

【出所】杭州市統計年鑑

浙江省の省政府所在地(省都)であり、西湖や多くの寺院など、風光明媚な中国有数の観光都市。古くから高所得者が多い街としても有名で、杭州市を代表する百貨店「杭州大廈」の売り上げは、全国でもトップレベル。高級ブランドのショップも多い。



市内には高級ブランド店も多く、旺盛な購買力を有す街。

商圏名
1 武林商圏
2 湖濱商圏
3 呉山商圏
4 銭江商圏
5 蕭山商圏
6 下沙商圏
7 黄龍商圏
8 臨平商圏
9 慶春商圏



百度地図を元に作成

【アンケート】 杭州市の人気百貨店ランキング

順位	百貨店	票数	所属商圏
1	銀泰西湖店	50	呉山商圏
2	杭州大廈	48	武林商圏
3	杭州解百	47	湖濱商圏
4	銀泰百貨	44	武林商圏
5	西湖国貿中心	43	湖濱商圏
6	銀泰慶春店	43	慶春商圏
7	杭州百貨	42	武林商圏
8	西城広場	41	城西商圏
9	湖濱国際名品街	33	湖濱商圏
10	慶春廣場	32	慶春商圏

【アンケート】杭州市の人気商圈 (青い太字はグループインタビューでのコメント)

下沙商圈

経済技術開発区を中心とした商圈。今は社区(コミュニティ)型商業施設が中心。

・百年アウトレット(下沙商圈)があるが、砂之船アウトレット(銭江商圈)とも売っている商品のタイプが違うので両方よく行く。【30代男性】

銭江商圈

新たに高級住宅街や大型ショッピングモールが次々と開発されている。万象城が2010年にオープンし、人気。

・大型ショッピングモールの万象城はスーパーもあり、家族全員のニーズを満足させることができる。【30代男性】

蕭山商圈

以前は別の市であったが、杭州市に統合されている。銭通江を挟んだ市の南部にあり、開発が進んでいる。

城站商圈

杭州駅を中心としたエリア。

黃龍商圈

ハイエンドなビジネスエリアで、ホテルや大型体育施設、公営住宅などがある。

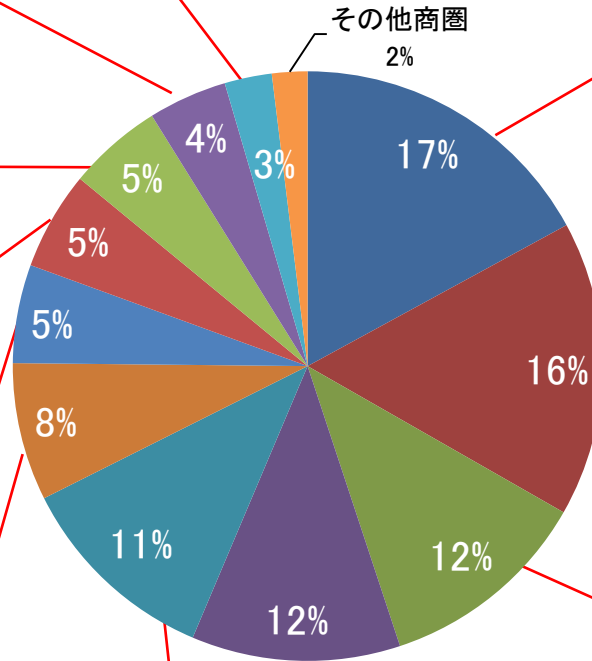
文教区商圈

2010年松に慶春路トンネルが開通し、利便性が向上した商圈。

城西商圈

市西部の住宅街にある商圈で大型ショッピングモールの開発も進む。

・家が城西商圈にあるため利用する。印象城はレストラン、レジャー施設などが充実している。【40代女性】



武林商圈

杭州で最も華やかな商圈。杭州大廈や銀泰など、有名百貨店が立ち並ぶ。

・武林商圈と湖濱商圈は中心部だし、家からも職場からも近い。古くからある商圈で品数も充実している。【30代女性】

湖濱商圈

西湖に隣接する商圈。ショッピングだけでなく、飲食店も充実。観光客も多い。

慶春商圈

慶春広場を中心とする商圈で、武林商圈と銭江商圈の中間に位置。

呉山商圈

杭州の歴史文化を残した商圈。清河坊歴史文化特色街が有名。

寧波(NINGBO)

人口(2011年)	970万人
面積	9816km ²
GDP	6,010.5億元

1人当たりのGDP	12,074USDドル
1人当たりの可処分所得	34,058元

【出所】寧波市統計年鑑

古くから海外との貿易で栄えた港町。日本との交易の歴史も長い。現在は、港湾をベースに、造船業や自動車などの製造業が発展している。人口も多く、消費地としても注目されつつある。近年は杭州湾大橋によって上海へのアクセスも改善した。



寧波の代表的商圈である天一広場

寧波市商圈分布イメージ図

	商圈名
1	天一商圈
2	万達商圈
3	江東商圈
4	江北商圈



百度地図を元に作成

【アンケート】寧波市の人気百貨店ランキング

順位	百貨店	票数	所属商圈
1	銀泰百貨	92	天一商圈
2	銀泰百貨	58	万達商圈
3	第二百貨商店	53	天一商圈
4	新世界百貨	40	天一商圈
5	新華聯商厦	39	天一商圈
6	巴黎春天百貨	37	万達商圈
7	世紀東方商業広場	37	江東商圈
8	利時百貨	33	万達商圈
9	銀泰百貨	32	江東商圈
10	怡泰祥商場	28	江東商圈

【アンケート】寧波市の人気商圈 (青い太字はグループインタビューでのコメント)

江北商圈

河の北側にあり、これまであまり開発されてこなかったが、ここ数年で急速に開発が進められている。12年にオープンしたラッフルズシティなど大型の三大商業施設がその中核をなし、地下鉄も今後乗り入れる予定。

江東商圈

将来的に市政府の移転も予定されている新興エリアで、開発が進んでいる。住宅地としても人気が高まっている。現在は銀泰百貨などがある。

- ・江東商圈は近いのでよく行く。新世界百貨は海外のブランドも多いし、車で行って便利。【50代男性】
- ・彩虹服飾広場はイベントも多いし、セールも多い。【40代女性】

天一商圈

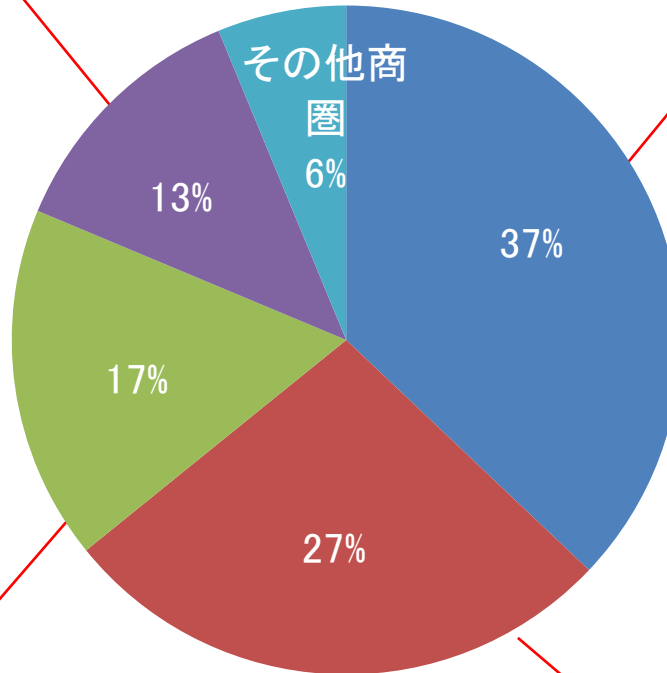
寧波最大規模の商圈であり、百貨店やモールなどの商業施設が集中しているエリア。

- ・天一商圈の銀泰百貨にはよく行く。アパレル関連の種類が豊富で、他のところにはないブランド、レディースファッションがたくさんある。セールも多い。【30代女性】

万達商圈

天一に次ぐ規模の商圈。万達広場を中心にして複数の商業施設や飲食店などが集まる。今後も大型開発が予定されている。

- ・万達商圈のオフィス街にある銀泰百貨の下のウォルマートは、買い物するのによい。【30代男性】



合肥 (HEFEI)

人口(2011年)	708万人
面積	11408.48km ²
GDP	3636.61億元

1人当たりのGDP	48,563元
1人当たりの可処分所得	22,459元

【出所】合肥市統計年鑑

安徽省の省政府所在地(省都)である合肥は、上海や杭州、蘇州などに比べ、外資企業の進出もこれまでは多くなかったが、製造拠点の内陸移転などにより、消費者の所得も向上している。安徽省の他地域からも消費者が集まり、高級マンションや大型ショッピングモールの開発も進んでいる。

合肥市商圈分布イメージ図

	商圈名
1	三孝口(四牌楼)商圈
2	万達商圈
3	三裡庵商圈
4	元一商圈
5	南七商圈
6	明珠商圈



百度地図を元に作成



【アンケート】合肥市の人気百貨店ランキング

順位	百貨店	票数	所属商圈
1	万達広場	92	万達商圈
2	合肥百貨大樓	65	三孝口(四牌楼)商圈
3	国購広場	49	三裡庵商圈
4	元一時代広場	39	元一商圈
5	百盛	38	三孝口(四牌楼)商圈
6	天都楼百貨商場	34	南七商圈
7	之心城	33	三裡庵商圈
8	百盛	30	元一商圈
9	百大CBD購物中心	25	三裡庵商圈
10	銀泰中心	24	三孝口(四牌楼)商圈

【アンケート】合肥市の人気商圈 (青い太字はグループインタビューでのコメント)

明珠商圈

市南部の経済開発区にある商圈。明珠広場を中心に商業施設が展開し、開発区の住民ニーズに応じている。

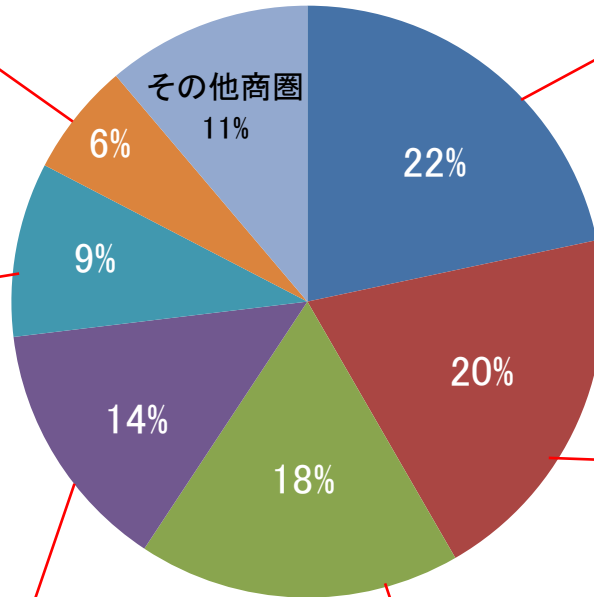
南七商圈

現在、大型の住宅・商業一体プロジェクトが進んでいる商圈。合肥の開発重点エリアでもある。

元一商圈

合肥第2の商圈。駅を中心にパークソンやウォルマートが展開。

- ・元一時代広場は家が近いのでよく行く。食べる場所も豊富なので、子供を連れて行くこともある。【30代男性】
- ・百盛(パークソン)は割引セールが多く、割引率も高い。【30代女性】
- ・百盛は若者向けなのでよく行く。【20代女性】



万達商圈

2010年にオープンした包河万達広場を中心とした新しい商圈。

- ・子供連れなら万達広場が便利。子供を遊ばせておけるし、食事もできるので。【30代女性】

三孝口(四牌楼)商圈

合肥最大規模の繁華街。歩行者街は平日でも混雑している。ローエンドからハイエンドまで各種商品がそろう。

- ・合肥で一番古いのが百貨大楼。価格もちょうどよいし、品揃えもいい。【50代男性】
- ・百貨大楼の会員カードを持っているのでよく行く。【40代女性】

三裡庵商圈

国購商城とカルフルを中心とした商圈。新たにオープンした之心城には欧米・日系ファーストファッションブランドも進出。周辺には住宅や学校なども多い。